

Baetge, Caroline

Kreative medienbiografische Forschung

Knaus, Thomas [Hrsg.]: *Forschungswerkstatt Medienpädagogik. Projekt – Theorie – Methode.* München : kopaed 2018, S. 601-639. - (Forschungswerkstatt Medienpädagogik; 2)



Quellenangabe/ Reference:

Baetge, Caroline: Kreative medienbiografische Forschung - In: Knaus, Thomas [Hrsg.]:
Forschungswerkstatt Medienpädagogik. Projekt – Theorie – Methode. München : kopaed 2018,
S. 601-639 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-170578 - DOI: 10.25656/01:17057

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-170578>

<https://doi.org/10.25656/01:17057>

in Kooperation mit / in cooperation with:



Frankfurter Technologiezentrum [:Medien]

www.ftzm.de

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de> - Sie dürfen das
Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten
und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen
des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen: Sie müssen den Namen des
Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses
Werk bzw. der Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
Die neu entstandenen Werke bzw. Inhalte dürfen nur unter Verwendung von
Lizenzbedingungen weitergegeben werden, die mit denen dieses
Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die
Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.en> - You may copy,
distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public and alter,
transform or change this work as long as you attribute the work in the manner
specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial
use of the work. If you alter, transform, or change this work in any way, you
may distribute the resulting work only under this or a comparable licence.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of
use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

FORSCHUNGS
WERKSTATT
MEDIEN
PÄDAGOGIK

Thomas Knaus (Hrsg.)

PROJEKT – THEORIE – METHODE

Spektrum medienpädagogischer Forschung

Inhaltsverzeichnis

THOMAS KNAUS

Einleitung | Introduction

Eine Forschungswerkstatt für die Medienpädagogik –
Ausgangslagen, Begründungen und Ziele eines Publikationsprojekts 371

GERHARD TULODZIECKI, BARDO HERZIG, SILKE GRAFE

Gestaltungs- und entwicklungsorientierte Forschung
als Forschungsrichtung für die Medienpädagogik 423

HEINZ MOSER

Praxisforschung – Eine Forschungskonzeption mit Zukunft..... 449

VALENTIN DANDER

Mediale Dispositivanalysen in der erziehungswissenschaftlichen
Medienforschung – Von Fallstricken und Auffangnetzen..... 479

SUSI KLAß, MICHAELA GLÄSER-ZIKUDA

Analyse medienpädagogischer Kompetenz
von Lehramtsstudierenden – Ein Mixed-Methods Ansatz 505

JOSEPHINE B. SCHMITT

Experimentallogische Überprüfung des Erfolgs
medienpädagogischer Maßnahmen..... 541

PATRICK BETTINGER

Rekonstruktive Medienbildungsforschung –
Die Analyse von Bildungsprozessen als Habitustransformationen
in mediatisierten Lebenswelten..... 569

CAROLINE BAETGE

Kreative medienbiografische Forschung..... 601

MELANIE STEPHAN

Medienpädagogische Entwicklungen an Gemeinschaftsschulen
in Finnland – Zum Potential qualitativer Forschung in anderen
Sprach-, Lebens- und Kulturräumen 641

KATRIN VALENTIN

Introspektive Empirie in medienpädagogischer Forschung –
Einsatzmöglichkeiten, Kritik und ein Beispiel 681

Verzeichnis der Autorinnen, Autoren und Mitwirkenden 701

Register der Schlagworte | Tags 713

CAROLINE BAETGE

Kreative medienbiografische Forschung

Der vorliegende Beitrag diskutiert die Relevanz medienbiografischer Forschung in der Medienpädagogik und stellt neue methodische Ansätze vor. Neben den „Standardmethoden“ Biografisches Interview, Medientagebuch und Zeitstrahl werden innovative methodische Zugänge vorgestellt. Visuelle Darstellungsformen wie beispielsweise der Visiograph und haptische wie der Medien(karten)koffer regen das Erzählen von biografischen Erfahrungen ganzheitlich an, sodass Erinnerungen im Sinne Fritz SCHÜTZES umfassender und unmittelbarer reproduziert werden können. Ziel des vorliegenden Beitrages ist es, drei neue methodische Zugänge vorzustellen sowie ihr Potential und mögliche Einsatzgebiete im Kontext medienbezogener sozialwissenschaftlicher Forschung zu diskutieren. Dabei soll kritisch reflektiert werden, ob diese als singuläre, eigenständige Methoden betrachtet werden können.

This article discusses the relevance of media-biographical research in media education and presents new methodical approaches in the field. In addition to using standard methods such as biographical interviews, media diaries and media timelines, the author also presents further, innovative approaches. Visual forms of representation such as the visiograph, together with haptic methods like the media suitcase or the suitcase of media cards, serve to stimulate a holistic debate about biographical experience, thereby enabling memories to be reproduced more comprehensively and instantaneously in accordance with Fritz SCHÜTZE's methodical approach. This article investigates the potential represented by three new methodical approaches as well as their possible areas of application in the field of media-related social science. It also subjects the approaches to critical evaluation in order to examine whether they can be regarded as single, stand-alone methods on a par with existing methods.

Schlagworte | Tags: Medienbiografie, Medientagebuch, Biografie, Biografieforschung, Methoden, Beziehung, Reflexion, Mensch-Tier-Beziehung, Mensch-Tier-Verhältnis, Veganismus, Lebensgeschichte, Subjekt, Narration,

Methodenkombination, Narratives Interview, Narrativ-Biografisches Interview, Sozialisationstheorie, Mediensozialisation, Mediatisierung, Medienkoffer, Medienkartenkoffer, Visiograph

1. Ziel und Motivation

Die *Biografieforschung* ist ein seit Jahrzehnten bewährter Zweig der sozialwissenschaftlichen Forschung. Besonders Fritz SCHÜTZE, ein deutscher Soziologe, prägte diese Entwicklung seit den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 92 f.; Ganguin 2008, S. 338). Durch das Formulieren seiner Erzähltheorie sowie des empirischen Verfahrens des *Narrativen Interviews* trug er zur methodologischen und methodischen Fundierung dieser Forschungsrichtung bei. Erste Versuche dazu gab es bereits im 18. Jahrhundert; Dieter BAACKE und Theodor SCHULZE führten den Ansatz in die medienpädagogische beziehungsweise erziehungswissenschaftliche Forschung ein (vgl. Biermann 2014, S. 126).

Folgend sollen Vor- und Nachteile 1) der sozialwissenschaftlichen Biografieforschung im Allgemeinen und 2) der medienbiografischen Forschung im Speziellen dargestellt werden.

1) Obwohl bekannt und empirisch bestätigt ist, dass subjektives Handeln immer auch biografisch konstituiert ist, werden in der empirischen Praxis biografische Verfahren oftmals nicht angewendet. Dies liegt zum einen am Aufwand biografischer Studien als auch am nicht nur aus quantitativer Richtung¹ kommenden Vorwurf, dass individuelle Lebensgeschichten nicht verallgemeinerbar und damit auch nicht auf gesellschaftlich interessieren-

¹ An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass sich die Autorin nicht dem „Streit“ zwischen qualitativen und quantitativen Verfahren anschließen möchte. Beide Forschungsparadigmen haben ihre Berechtigung und ergänzen sich oftmals sinnvoll. Nicht abzustreiten ist jedoch, dass die Paradigmen unterschiedlichen Erkenntniszielen folgen, was sich auch in methodischen Entscheidungen niederschlägt. Vorwürfe, wie die angeblich mangelnde Verallgemeinerbarkeit qualitativer Daten, halten sich dennoch, zumindest vereinzelt, hartnäckig. Für einen aktuellen Blick auf qualitative und quantitative Forschung und ihre Anwendung für die Gegenstandsbereiche der Medienpädagogik vgl. den Beitrag von Sonja GANGUIN, Johannes GEMKOW und Klaus Peter TREUMANN und zur Kombination von Methoden den Beitrag von Michaela GLÄSER-ZIKUDA im ersten Band dieser Reihe.

de Phänomene übertragbar sind. In den Stärken biografischer Forschung liegen gleichsam auch ihre Schwächen: Wenn Handeln immer biografisch bedingt ist, welche allgemeinen Sätze lassen sich dann überhaupt durch eine Biografie feststellen, die für eine allgemeine Soziologie relevant sind? Und selbst wenn *alles* Erlebte als potentiell relevant angenommen wird – wie lassen sich Biografien dann überhaupt erheben, wenn sie doch innerhalb einer Erzählung nie vollständig sein können? Da autobiografische Erzählungen, gerade wenn sie Lebensgeschichten umfassen, durchaus mehrere Stunden² dauern können, ist die Erhebung nicht nur zeit-, sondern auch kraftaufwendig – für die Forscherin beziehungsweise den Forscher, aber auch das interviewte Subjekt. Transkription und Auswertung stehen dem in nichts nach. Allein ein vier- bis achtstündiges Interview zu verschriftlichen, kann mehrere Wochen in Anspruch nehmen.

Dennoch ist der Erkenntnisgewinn biografischer Forschung sehr hoch, wie im Folgenden gezeigt werden soll. Zudem kann das Material, einmal verschriftlicht, auch für andere Fragestellungen (re-)analysiert werden, besonders, wenn die Erzählung die ganze Lebensgeschichte umfasst. Das macht biografische Erzähltexte vielfach und flexibel einsetzbar und in gewisser Weise zeit- und trendunabhängig.

2) In der Medienpädagogik werden biografische Methoden aufgrund der genannten Nachteile – oder nennen wir sie pädagogisch *Herausforderungen* – selten eingesetzt. Medienpädagogische Forschung interessiert sich zudem eher für den Stellenwert von Medien im Alltag und in konkreten Kontexten (zum Beispiel im Kontext von Lehren und Lernen, Arbeit, Schule, Kita, Peergroups), nicht aber primär für die biografische Konstitution des Medienhandelns. Eine medienbiografische Betrachtung steht hier oftmals nicht im Fokus, vielmehr werden biografische Elemente als Kontextinformationen für die Interpretation genutzt, beispielsweise im Langzeitforschungsprojekt *Medienkonvergenz Monitoring* der Universität Leipzig (vgl. Schorb/Jünger/Rakebrand 2013).

² Die Erfahrungen aus diversen Forschergruppen und -werkstätten zeigen: Klassische Narrativ-Biografische Interviews sind oftmals drei bis vier Stunden lang, vereinzelt auch bis zu acht oder 16 Stunden.

Medienbiografische Forschung steht außerdem vor noch größeren Herausforderungen als biografische Forschung: Gerade weil Medien untrennbarer Bestandteil des Alltags sind, lassen sie sich schwer erfassen. Sie sind so eng mit alltäglichen Routinen, Ritualen und anderen Tätigkeiten verknüpft, dass Subjekte mediale Handlungen schwer erinnern und damit kommunizieren können (vgl. Vollbrecht 1993, S. 23).

Diese Herausforderungen waren die Beweggründe, weshalb sich die Autorin in vergangenen und aktuellen Studien mit (medien-)biografischen Methoden auseinandersetzte. Nachfolgend werden sowohl die Grundlagen- und Gegenstandstheorien der aktuellen Studie (vgl. Kapitel 2), die medienbiografischen Standardmethoden (vgl. Kapitel 3) als auch diejenigen medienbiografischen Methoden (vgl. Kapitel 4) vorgestellt, die die Autorin im Rahmen ihrer Promotion entwickelte und testete. Eine Weiterentwicklung scheint aufgrund der Relevanz medienbiografischer Forschung und der fehlenden bewährten Methoden angebracht. Neben einer umfassenden Einordnung, Beschreibung und Reflexion der entwickelten Methoden wird abschließend diskutiert, ob diese als eigenständige Methoden zur Untersuchung der Medienbiografie dienen können oder eher eine Erweiterung des Narrativ-Biografischen Interviews darstellen.

2. Theoretische Basis

2.1 Kontext der Studie

Die vorgestellte Studie ist Teil einer Promotion am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (Professur für Medienkompetenz- und Aneignungsforschung/Abteilung Medienpädagogik) der Universität Leipzig. Die Dissertation trägt den Arbeitstitel *Mensch-Tier-Beziehungen aus (medien-)biografischer Perspektive am Beispiel des Veganismus* und geht der Frage nach, welche Bedeutung die (Medien-)Biografie für die Konstruktion der veganen Lebensweise hat. Konkret soll untersucht werden, welche Erlebnisse und Erfahrungen in der Biografie von Veganerinnen und Veganern dazu beitragen, dass sie sich für diese Lebensweise entschieden. Ein besonderer Fokus liegt auf der Frage, welche Bedeutung den Medien im biografischen Verlauf zur Ausgestaltung dieser Lebensweise zukommt.

Ziel ist es, Erkenntnisse über die Bedeutung der (Medien-)Biografie für die Konstruktion der veganen Lebensweise zu erlangen, indem die Prozessstrukturen des Lebenslaufs (vgl. Schütze 1983, S. 284) von Veganerinnen und Veganern herausgearbeitet werden. Auf methodischer Ebene soll die Arbeit zudem einen Beitrag zur Weiterentwicklung medienbiografischer Methoden leisten, die im vorliegenden Beitrag diskutiert werden.

2.2 Vorüberlegungen und Zielgruppe

Der Arbeit liegt die Annahme zugrunde, dass die Entscheidung, vegan zu leben, biografisch begründet ist – sowohl durch mediale als auch nicht-mediale Erlebnisse in der Lebensgeschichte. Ebenso ist das subjektive Verständnis von Mensch-Tier-Beziehungen durch mediale und nicht-mediale Erfahrungen mit Tieren beeinflusst, zum Beispiel durch Bezugspersonen, aber auch Haustiere, Zoobesuche und Lieblingsserien, in denen Tiercharaktere eine Rolle spielen, seien es fiktive oder reale.

Zu diskutieren ist noch, ob die Entscheidung, vegan zu leben, immer durch die wahrgenommene subjektive Mensch-Tier-Beziehung begründet werden kann. Zwar legen die Ursprünge des Veganismus³ und dessen Prinzipien (verschriftlicht zum Beispiel in Vereinssatzungen) vorrangig ethisch-normative Motive wie die Vermeidung von Tierleid, Töten und Ausbeutung nahe, doch zeigen gerade aktuelle Entwicklungen eine Ausdifferenzierung der Motive, vegan zu leben. Besonders Gesundheit-, Fitness- und Lifestyle-bezogene Motive gewinnen an Bedeutung, die nicht zwingend die Bedeutung von Tieren in den Vordergrund rücken. In der vorliegenden Studie wurde daher die Annahme, Veganismus sei (zwingend) eine Form der Mensch-Tier-Beziehung, verworfen, sodass der Gegenstand Mensch-Tier-Beziehung zwar weiterhin eine Rolle spielt, jedoch nicht mehr im Fokus stehen wird.

³ Zum Beispiel beschrieben in den Grundsätzen der Vegan Society, der ältesten Vereinigung von vegan lebenden Menschen, die auch den Begriff „vegan“ in den Diskurs einbrachte (vgl. vegansociety.com/about-us und vegansociety.com/about-us/history, aufgerufen am 26. Januar 2016).

Die untersuchte Zielgruppe sind vegan lebende Menschen, wobei hier auf eine weitere Eingrenzung (zum Beispiel hinsichtlich Alter, Geschlecht, Bildungsmilieu oder Art der veganen Lebensweise) seitens der Forscherin verzichtet wurde, um eigene Relevanzen außen vor zu lassen. Eine Quotierung in Bezug auf zum Beispiel das Geschlecht würde implizieren, dass die Kategorie *auf jeden Fall* relevant ist für eine vegane Lebensweise. Das Geschlecht *kann* zwar eine Rolle spielen; wenn das der Fall sein sollte, zeigt sich dies aber erst in der Auswertung und sollte nicht bereits bei der Auswahl der Untersuchten als entscheidend gesetzt werden.

Wichtig für die Auswahl der untersuchten Personen ist, dass diese sich als Veganerinnen beziehungsweise Veganer bezeichnen – ob sie dies „tatsächlich“ sind und wie genau diese Lebensweise aussieht und auf welche Bereiche sie diese ausdehnen (zum Beispiel Nahrung, Produkte, Kleidung, Haustiere et cetera), ist für die Auswahl der Untersuchungspersonen irrelevant.⁴

Bei der Auswahl wird nach dem Prinzip des *Theoretical Samplings* vorgegangen, welches 1967 von Barney G. GLASER und Anselm L. STRAUSS im Rahmen der *Grounded Theory* entwickelt wurde (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 177). Das heißt, dass nach dem ersten durchgeführten Interview maximal kontrastierende Fälle gesucht werden (zum Beispiel nach Geschlecht, Herkunft, Kultur, Religion, Beruf, Alter), bis eine theoretische Sättigung erreicht ist und weitere Fälle keine signifikant neuen Erkenntnisse mehr hervorbringen (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 177 f.). Dieses Vorgehen impliziert einen zirkulären Prozess, da erhobene Fälle zeitnah im Anschluss ausgewertet werden, um Hinweise für den nächsten zu suchenden Fall zu erhalten.

In der vorliegenden Studie bewährte sich das Vorgehen, nach einem ersten explorativen Interview (vorrangig zum Testen des methodischen Settings) die Erhebungsinstrumente zu optimieren, die Fragestellung zu konkretisieren und später eine erhebungintensivere Phase anzuschließen. Nach der Auswertung dieser Fälle zeigt sich dann, welche kontrastierenden Fälle eventuell noch fehlen, um die letzten Interviews zu planen.

⁴ Offen ist noch, ob auch Personen berücksichtigt werden, die in der Vergangenheit vegan lebten, dies aber gegenwärtig nicht mehr tun. Im Sinne von maximal kontrastierenden Fällen wäre die Berücksichtigung dieses Typus sicherlich sinnvoll und aufschlussreich.

2.3 Grundlagentheorien

Grundlagentheorien, die die wissenschaftliche Perspektive der Arbeit und das Forschungssetting beeinflussen, sind die *Erzähl- und Biografietheorie* Fritz SCHÜTZES sowie *Mediatisierungs- und Mediensozialisationsansätze*.

Sozialisation wird nach Klaus HURRELMANN verstanden als „Prozess, in dessen Verlauf sich der mit einer biologischen Ausstattung versehene menschliche Organismus zu einer sozial handlungsfähigen Persönlichkeit bildet, die sich über den Lebenslauf hinweg in Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen weiterentwickelt“ (Hurrelmann 2002, S. 15). Sozialisation ist somit ein lebenslanger Prozess, der nie abgeschlossen ist und durch interne (zum Beispiel Persönlichkeitsmerkmale, biologische Voraussetzungen) und externe Faktoren (zum Beispiel Bezugspersonen, Erlebnisse, kulturelle Einflüsse) beeinflusst wird. Die Interaktion zwischen Subjekt und Umwelt ist dabei eine reziproke, das heißt, die Umwelt gibt zum einen den Rahmen vor, in dem Subjekte handeln können, die Subjekte können den Rahmen aber auch beeinflussen und verändern. Bezogen auf die vorliegende Arbeit bedeutet das, dass die Umwelt (hier auch: Gesellschaft) beispielsweise vorgibt, dass Fleisch essen als „normal“ und „natürlich“ angesehen wird,⁵ diese Sichtweise im Laufe der Zeit jedoch auch modifiziert werden kann, wenn Menschen(gruppen) nicht gemäß dieser Mehrheitsmeinung leben.

Zunehmend gehören zu den externen Faktoren auch Medien, da sie Orientierungsangebote liefern, in Freizeit und Beruf integriert sind und kommunikative Beziehungen von Medien durchdrungen sind. Der Mediatisierungsansatz – im deutschsprachigen Raum insbesondere durch Friedrich KROTZ (2007) geprägt – sagt aus, dass die Welt, in der wir leben, zunehmend von Medien durchdrungen ist. Unsere Gesellschaft ist zu einer Mediengesellschaft geworden. „Die rasante technische Entwicklung der letzten Jahre und insbesondere das Partizipationsmedium Internet haben viele Bereiche des Alltags grundlegend verändert“ (Baetge/Harnisch 2013, S. 10). Diese Veränderungen betreffen auch das Individuum: So findet beispielsweise Identitätskonstruktion zunehmend über und durch Medien statt. Lebensgeschichten sind heute auch Mediengeschichten (vgl. Baacke/

⁵ Eine interessante und kritische sozialpsychologische Sichtweise hat dazu Melanie JOY vorgelegt (vgl. Joy 2013).

Sander/Vollbrecht 1990), da kaum ein Alltagsbereich (wie Familie, Peer-group, Schule, Arbeit) ohne Medien zu denken ist. Das bedeutet auch, dass Sozialisationsprozesse vermehrt durch Medien beeinflusst werden (vgl. Theunert/Schorb 2010, S. 243). Zwar spielen unmittelbare, direkte Erfahrungen⁶ eine stärkere Rolle bei der Identitätsentwicklung als medial vermittelte, doch sind die Vorstellungen davon, was wir als „normal“ empfinden und über die Welt wissen, oft durch Medien geprägt.

Sozialisation ist heute also immer auch Mediensozialisation. Stefan AUFENANGER definiert diese als Prozess, „in dem sich das sich entwickelnde Subjekt aktiv mit seiner mediengeprägten Umwelt auseinandersetzt, diese interpretiert sowie aktiv in ihr wirkt und zugleich aber auch von Medien in vielen Persönlichkeitsbereichen beeinflusst wird“ (Aufenanger 2008, S. 88). Hervorzuheben ist hier der *aktive* Charakter des Subjektes; es ist den Medieneinflüssen also nicht passiv ausgesetzt und wird von ihnen nicht im Sinne eines Ursache-Wirkungs-Prinzips beeinflusst. Vielmehr eignet es sich die Medieninhalte aktiv an und integriert Medien in den Alltag.⁷ Medienaneignung ist also immer als aktiver Verarbeitungsprozess zu verstehen, sei es das Schauen einer Fernsehsendung oder das Produzieren eines Videos.

Demzufolge werden auch Biografien zunehmend durch Medien beeinflusst (vgl. Hartung 2010, S. 92 f.; Ganguin 2008, S. 335); „Biografien und Medien stehen in einem sich wechselseitig hervorbringenden Verhältnis“ (Hartung 2010, S. 92). So liefern Medien Vorbilder und Richtlinien, an denen Mediennutzende ihr Handeln bewusst oder unbewusst orientieren können:

„In den durch die gesellschaftliche Individualisierung erschwerten Ich-Findungsprozessen spielen Medien eine dialektische Rolle. Sie füllen die Leerräume, die die zerfallenden Weltbilder und Deutungsmuster hinterlassen, mit ihren Sinnangeboten auf. Bis in die letzten Nischen der Gesellschaft transportieren sie ihre sich gegenseitig nivellierenden

⁶ Oskar NEGT und Alexander KLUGE prägten in diesem Zusammenhang den Begriff „authentische Erfahrung“, den Bernd SCHORB in seiner Habilitation aufgriff und in die medienpädagogische Diskussion einbrachte (vgl. Schorb 1995, S. 48).

⁷ Medienaneignung nach Bernd SCHORB und Helga THEUNERT meint den „[komplexen] Prozess der Integration der Medien in den alltäglichen Lebens- und Erfahrungskontext der Individuen“ (Schorb/Theunert 2000, S. 34) mit den Dimensionen Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Medien aus der Sicht der Subjekte; dabei werden auch die (medialen) Lebenskontexte einbezogen (vgl. Schorb/Theunert 2000, S. 33 f.).

Botschaften und bieten die unterschiedlichsten Orientierungsmuster und eine Fülle von Handlungsfolien auf dem Jahrmarkt der Möglichkeiten feil“ (Vollbrecht 1993, S. 20).

Medien bieten uns nicht nur Orientierungsmöglichkeiten, sondern können von den Subjekten auch dazu genutzt werden, eigene Orientierungen auszudrücken. Sie spielen somit eine Rolle für die Ausgestaltung der Lebensweise. Unser Medienhandeln wird dabei auch von generationalen Erfahrungen beeinflusst. Vergangene Medienerfahrungen bedingen, wie wir uns (neue) Medien aneignen. Burkhard SCHÄFFER prägte in diesem Zusammenhang den Begriff *generationsspezifische Medienpraxiskulturen* (vgl. 2003, S. 87 f.). Für medienbiografische Forschung bedeutet dies, sowohl vergangene Medienerfahrungen zu thematisieren als auch gegenwärtig relevante Medien, um Medienaneignungspraxen rekonstruieren zu können.

Medien offerieren nicht nur biografische Vorbilder, sondern haben auch zum „Beratungs- und Lebenshilfe-Boom“ (Vollbrecht 1993, S. 20) beigetragen, „in dem ausdrücklich das *richtige Leben* in puncto Beruf, Ernährung, Kindererziehung, Emanzipation, Gesundheit oder Altern thematisiert wird“ (Vollbrecht 1993, S. 20). In der vorliegenden Arbeit wird zu diskutieren sein, ob die vegane Lebensweise von Seiten der Untersuchten als genau solch eine „richtige“ wahrgenommen wird und welche Rolle Medien dabei spiel(t)en.

Die *Erzähl- und Biografiethorie* Fritz SCHÜTZES betont die Bedeutung der Biografie für das Leben der Subjekte (vgl. Schütze 1983; Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 92 f.). SCHÜTZE geht davon aus, dass Biografien das Handeln von Menschen prägen (zum Beispiel beschrieben in SCHÜTZES zentralem Text zu Biografieforschung und Narrativem Interview, vgl. Schütze 1983). Biografien versteht er als Lebensgeschichten, die im kommunikativen Austausch mit anderen aktualisiert werden, in dem sie erzählt werden. Denn „Erfahrungen durchdringen zwar das gesamte menschliche Handeln, werden aber [...] in besonderer Weise in Erzählungen reproduziert“ (Baetge/Harnisch 2013, S. 114). SCHÜTZE stellte fest, dass im Alltag vor allem Geschichten, also erzählte Erlebnisse, eine gängige Form sind, um jemandem Dinge zu vermitteln, die einem selbst wiederfahren sind. Deshalb analysierte er Erzählungen und entwickelte darauf aufbauend eine Erzähltheorie (vgl. Schütze 1983; Baetge/Harnisch 2014, S. 40; Przyborski/

Wohlrab-Sahr 2010, S. 93 f.). Diese besagt unter anderem, dass jeder über eine narrative Kompetenz verfügt und somit grundsätzlich in der Lage ist, Geschichten zu erzählen (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 93 f.). Dies vollzieht sich unter anderem aufgrund von Basisregeln der Kommunikation, da diese die Erzählerin oder den Erzähler zwingen, bestimmte Gestaltungsregeln einzuhalten: So haben Geschichten immer einen Anfang und ein Ende, das Erlebte muss gerafft werden, um es erzählen zu können und Details und Beispiele müssen eingebaut werden, um die Geschichte plausibel zu machen (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 93 f.). Die methodologische Konsequenz der Erzähltheorie ist das *Narrative Interview*, da diese sich das Kommunikationsschema „Narration“ zu Nutze macht. Die Spezialform, das Narrativ-Biografische Interview, hat Lebensgeschichten zum Gegenstand.

Lebensgeschichten unterscheiden sich von Lebensläufen – als chronologische Abfolge von Ereignissen – dadurch, dass das Subjekt ihnen Bedeutungen zuschreibt. Erlebnisse sind nicht losgelöst vom Subjekt zu betrachten, sondern immer im Kontext von dessen vergangenen Erfahrungen und deren Verarbeitung durch das Subjekt. Biografien sind aus einer wissenschaftlichen Perspektive auf der Mikroperspektive angesiedelt, da sie immer individuell sind und nicht verallgemeinert werden können.

2.4 Gegenstandstheorie

Als Gegenstandstheorie⁸ wurde die *Theorie Sozialer Welten* von Fritz SCHÜTZE gewählt. Diese besagt, dass die Welt, in der wir leben, eine *sozial konstruierte* ist und aus vielen (Teil-)Welten besteht. SCHÜTZE geht davon aus, dass die Akteurinnen und Akteure bestimmte Kernaktivitäten entwickeln, die sie in der „Arena“ kommunikativ verhandeln und nach außen tragen möchten, um die Gesellschaft von ihrer Meinung zu überzeugen (vgl. Schütze 2002, S. 60 f.). In manchen Fällen seien sie provokativ in der Einforderung ihrer Ziele, da sie zentrale gesellschaftliche Themen aufgrei-

⁸ Eventuell werden im weiteren Verlauf des Projektes noch andere Gegenstandstheorien hinzugezogen, die sich mit Mensch-Tier-Beziehungen beziehungsweise dem Mensch-Tier-Verhältnis (im angloamerikanischen Raum als Human-Animal-Studies bezeichnet) beschäftigen.

fen und Sinnstrukturen in Frage stellen (vgl. Schütze 2002, S. 69). Dafür entwickeln die Akteurinnen und Akteure einen „Kriterienkatalog richtigen Verhaltens für die Kernaktivitäten“ (Schütze 2002, S. 61). Soziale Welten sind als „lokale [...] Ortsgesellschaften und lokale [...] Gruppen [zu verstehen], die dann in der Regel eine spezifische Binnensprache sprechen“ (Schütze 2002, S. 58).

„Mit dem Konzept der sozialen Welten lassen sich besonders dichte und flexible Wissensschöpfungs-, Orientierungs- und Symbolisierungsprozesse in modernen Komplexgesellschaften untersuchen, die durch lebensbereichsspezifische und institutionelle Sinnsegmentierungen, hohe Selbstreflexivität und die Fluidität von fortlaufenden raschen, multiaspektuellen und z. T. unerwarteten Veränderungsprozessen geprägt sind“ (Schütze 2002, S. 62).

Fritz SCHÜTZE erwähnt in seinem Aufsatz auch die Bedeutung von Medien für die Konstruktion sozialer Welten. Er führt die Entstehung von neuen (Sub-)Welten auch darauf zurück, dass die über Medien publizierte öffentliche Meinung sich nur auf wenige Themen und Probleme konzentrieren könne (vgl. Schütze 2002, S. 73). Außerdem seien „Wissensbestände immer mehr durch „Massenkommunikationsmittel [überformt]“ (Schütze 2002, S. 73). Dem Entstehungszeitraum des Ansatzes geschuldet, thematisiert er lediglich Massenmedien. Dass Medien auch als Ausdrucksmittel von Meinungen innerhalb und außerhalb der Arenen fungieren können sowie besonders soziale, interaktive Medien dafür prädestiniert sind, sollte zusätzlich berücksichtigt werden. In der Studie soll die Welt der Veganerinnen und Veganer als *soziale Welt* verstanden und unter anderem beleuchtet werden, ob diese andere Sozialwelten und damit sinngebende Orientierungen ersetzt und als langfristige, beständige Sinnwelt fungieren kann. SCHÜTZE erwähnt zudem die potentiellen Probleme der Sinnvereinbarkeit zwischen Orientierungen der Gruppe und biografischen Teilorientierungen (vgl. Schütze 2002, S. 74); hier sei biografische Arbeit notwendig, um „biografische Irritation“ (Schütze 2002, S. 77) zu vermeiden. Diese mögliche Diskrepanz bietet spannende Anknüpfungspunkte für eine Untersuchung des Themas, um zu verstehen, wie soziale Welten und subjektive Orientierungen entstehen.

3. Methodendiskussion

3.1 Biografische Forschung

Das Handeln von Subjekten lässt sich oftmals nur über den sinnrekonstruierenden Nachvollzug der Biografie wirklich *verstehen*. Wenn Handeln immer auch biografisch geprägt ist, heißt das für eine empirische Untersuchung, dass die Biografie der interessierenden Subjekte mit „erhoben“ werden muss. Für dieses Vorgehen hat sich das *Narrative Interview* des deutschen Soziologen Fritz SCHÜTZE bewährt. Er entwickelte das Verfahren Ende der 1970er Jahre im Rahmen von Interaktionsfeldstudien zur Untersuchung von Veränderungen der Ortsgesellschaft nach Gemeindezusammenlegungen (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 93; Ganguin 2008, S. 338).

Eine Konkretisierung des Narrativen Interviews ist das *Narrativ-Biografische Interview*. Narrative Interviews sind stets auf *autobiografischen Erlebnissen* beruhende Erzählungen; der Befragte beziehungsweise die Befragte muss das Erzählte also selbst erlebt haben (jedoch nicht zwingend als Hauptträgerin beziehungsweise Hauptträger der Handlung). Meistens wird das Narrative Interview als Narrativ-Biografisches Interview umgesetzt, das heißt, hier erzählt das Subjekt seine Lebensgeschichte oder Teile davon (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 93–96).

3.2 Medienbiografische Forschung

Die Medienbiografische Forschung als Spezialform Biografischer Forschung entwickelte sich seit den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts (vgl. Hartung 2010, S. 94 f.; Biermann 2014, S. 124). Medienbiografie wird im Folgenden im weiteren Sinne verstanden als die von Medien durchdrungene Lebensgeschichte von Subjekten, wobei die Durchdringung als wechselseitige zu verstehen ist. Im engeren Sinne untersucht medienbiografische Forschung, ob es „biographische Fixpunkte oder biographische Stränge [gibt], die über Medien definiert werden“ (Vollbrecht 1993, S. 19).

Anja HARTUNG konstatiert, dass „Biografien wesentlich durch [...] Medien und Mediensozialisationsprozesse mitbestimmt [sind]“ (Hartung 2010, S. 92) und Biografien wiederum Einfluss auf die Medienaneignung haben.

Sie betont außerdem, dass erst in der *Verarbeitung* von (Medien-)Erfahrungen und Erlebnissen die lebensgeschichtliche Relevanz für das Subjekt entsteht und situationsübergreifende Bedeutung erlangt (vgl. Hartung 2010, S. 92). Dies spricht für einen *qualitativen* Zugang über Interviewverfahren, da die Bedeutung im kommunikativen Austausch zwischen Interviewerin beziehungsweise Interviewer und Subjekt (re-)konstruiert wird.

Jan-Uwe ROGGE betonte bereits 1982 die enge Verzahnung von Medien- und Lebensgeschichten und forderte, Medienaneignung immer im Kontext individueller Lebensläufe zu betrachten (vgl. Rogge 1982, zit. n. Hartung 2010, S. 95). Dieter BAACKE, der bis heute wohl bedeutendste Medienpädagoge, brachte den Ansatz ab 1979 in die medienpädagogische und erziehungswissenschaftliche Forschung ein (vgl. Biermann 2014, S. 126).⁹ Besonders Mitte der achtziger bis Anfang der neunziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts erforschte er mit Ralf VOLLBRECHT und Uwe SANDER die Medienbiografien von Jugendlichen und jungen Erwachsenen; auch von ROGGE und Klaus NEUMANN-BRAUN sowie Silvia SCHNEIDER liegen diesbezüglich Studien vor (vgl. Biermann 2014, S. 125 f.).

Schwerpunkte der Medienbiografieforschung sind bislang hauptsächlich Medienrituale, Genrevorlieben und Medienpräferenzen (vgl. Biermann 2010, S. 129; Vollbrecht 1993, S. 24). Sonja GANGUIN nennt drei zentrale Forschungslinien: Medienbiografien als Lebenslaufstrukturen (Anteil der Medien am Lebenslauf), Auswirkung der Medien auf die Alltagsstrukturierung und die Erforschung von gemeinsam geteilten medialen Präferenzen, Fähigkeiten, Erinnerungen und Erfahrungen, sogenannte Mediengenerationen (vgl. Ganguin 2008, S. 335–337). Anja HARTUNG beschreibt teils ähnliche Perspektiven: Medien als Strukturierung des alltäglichen Lebensvollzugs (zum Beispiel Rituale und Routinen), Medien als Räume lebensweltlicher Orientierung und Ressourcen der Identitätskonstruktion, generationsspezifische Medienpraxiskulturen¹⁰ und Generationenverhältnis und

⁹ Ab den 1980er Jahren fand ein Perspektivwechsel in der Medienforschung statt – vom passiven Rezipienten hin zum aktiven Subjekt. Die Aktivität der Rezipientinnen und Rezipienten wurde hervorgehoben; die grundlegende Frage war nun eher „Was machen die Menschen mit den Medien?“ statt umgekehrt (vgl. Hüther/Podehl 2005, S. 125). Dass in dieser Zeit die medienbiografische Forschung einen Aufschwung erlebte, ist also im Kontext dieser grundlegenden Entwicklung zu verstehen.

¹⁰ Diesen Begriff prägte Burkhard SCHÄFFER in seiner Habilitation *Generation – Medien – Bildung* (2003).

Erinnerung in und über Medien als biografische Arbeit (vgl. Hartung 2010, S. 96–102).

3.3 Herausforderungen medienbiografischer Forschung

Der medienbiografische Ansatz wurde zuerst euphorisch als Möglichkeit diskutiert, Biografien zu rekonstruieren und die subjektive Bedeutung von Medien alltags- und lebensnah zu erforschen (vgl. Hartung 2010, S. 94 f.; Ganguin 2008, S. 335). „Nach der kurzen ‚Hochphase‘ in den 1980er und 1990er Jahren hat die medienbiografische Forschung jedoch deutlich an Zuspruch verloren“ (Biermann 2014, S. 126).

Zum einen gibt es andere Einflüsse, die entscheidender sind als Medien: SANDER und VOLLBRECHT nennen die Lebensphasen Ausbildung, Berufsarbeit und Pensionierung, persönliche Ereignisse wie schwere Krankheiten, Heirat, Kinder sowie überindividuelle Ereignisse wie Kriege und Wirtschaftskrisen (vgl. Sander/Vollbrecht 1989, S. 162; Vollbrecht 1993, S. 19 f.). Obwohl solche kritischen Lebensereignisse und Statuspassagen sicherlich bedeutender für die biografische Entwicklung sind, ist dies noch kein Argument gegen die Untersuchung von Medienbiografien. Es ist eher ein weiteres Argument dafür, die Bedeutung von Medien immer im Kontext anderer biografischer Entwicklungen zu betrachten und nie losgelöst von Lebensereignissen. Zum anderen liegt eine weitere Schwierigkeit in den methodischen Herausforderungen, Medienbiografien zu erforschen: Medien durchdringen zunehmend unseren Alltag, sodass die explizite Bedeutung von Medien für die Biografie schwer zu rekonstruieren ist (vgl. Biermann 2014, S. 127; Vollbrecht 1993, S. 24). VOLLBRECHT betont, dass „[es] gerade die Krisen und Widersprüche der fraglos gegebenen Schemata von Wirklichkeitskonstruktionen [sind], die Thematisierungen durch die Subjekte erzwingen. Außerhalb dieser Krisen zeigt sich die selbstverständliche Geltung biographischer Schemata“ (Vollbrecht 1993, S. 13). Er schlussfolgert daher, dass sich Medienbiografie „nicht in ihrer Gesamtheit, sondern nur in ihren medienspezifischen Teilsträngen rekonstruieren [lassen]“ (Vollbrecht 1993, S. 22). Eine wirkliche Herausforderung ist jedoch, dass Medienerlebnisse der Erinnerung schwer zugänglich sind. VOLLBRECHT stellt fest:

„Das Konzept einer biographischen Medienforschung sieht sich konfrontiert mit dem Problem, daß Medien, die im realen Lebensvollzug allgegenwärtig sind, in biographischer Rekonstruktion nur eine marginale, wenig bewußte und wenig erinnerliche Rolle spielen [...] Gerade die Selbstverständlichkeit und Routinisierung der Mediennutzung verhindern, daß zum Beispiel die langfristigen Veränderungen des Alltags durch [...] elektronische Massenmedien wahrgenommen und reflektiert werden“ (Vollbrecht 1993, S. 24).

Er fordert, dass das „reproduktiv bestätigte implizite Wissen erschlossen werden [muss]“ (Vollbrecht 1993, S. 24) und dies nur möglich ist, wenn die Medienbiografie auf die gesamte Lebensgeschichte ausgedehnt wird. Auch HARTUNG stellt fest, dass es schwierig ist, Auskunft über die Bedeutung von Medien im Leben von Menschen zu erhalten, da „Menschen die Erinnerung ihrer je individuellen Geschichte in der Regel nicht über medienbezogene Ereignisse artikulieren“ (Hartung 2010, S. 98). Auch sie fordert daher, dass die Bedeutung von Medien deshalb nur aus dem gesamten Leben mit seinen zeithistorischen und kulturellen Bezügen nachvollzogen werden kann (vgl. Hartung 2010, S. 98).

3.4 Methoden medienbiografischer Forschung

Es gibt verschiedene Methoden, die dazu beitragen, Medienbiografien zu erheben, jedoch wenige explizit darauf ausgerichtete. Eine klassische, oft verwendete Strategie ist die Thematisierung von Medienerfahrungen innerhalb von qualitativen Interviews. Dies kann innerhalb Narrativer Interviews oder anderer qualitativer Interviewverfahren erfolgen – auch „Schriftstücke“ (Ganguin 2008, S. 338) eignen sich dafür oder können einbezogen werden. BIERMANN betont das breite Repertoire an Methoden, die zur Datenerhebung zur Verfügung stehen, angefangen von „reaktiven Verfahren“ (Biermann 2010, S. 128) wie Interviews, Gruppeninterviews¹¹

¹¹ Was genau darunter zu verstehen ist, expliziert Ralf BIERMANN nicht. Vermutlich meint er nicht das Gruppendiskussionsverfahren, wie es von Ralf BOHNSACK entwickelt wurde, sondern die gleichzeitige Befragung mehrerer Personen begründet durch forschungsökonomische Überlegungen. Diese Variante wäre dann näher an quantitativen Verfahren.

und teilnehmenden Beobachtungen sowie nicht-reaktive Verfahren wie Tagebücher, Bilder und audiovisuelle Dokumente, die er jedoch nicht weiter expliziert.¹² Das *Medientagebuch* als „biografisches Selbstzeugnis“ (Fuhs 2014, S. 259) ist vor allem dafür geeignet, den Medienalltag und dessen subjektive Wahrnehmung durch die Subjekte selbst zu erfassen (vgl. Fuhs 2014, S. 259). Begrenzt ist der Erkenntnisgewinn allerdings dadurch, dass das Medientagebuch auf die kontinuierliche Mitarbeit der Untersuchten angewiesen ist und diese nur das aufschreiben können, was ihnen selbst auch bewusst ist. Zudem hängt vom subjektiven Verständnis von Medien ab, was die Protokollantin beziehungsweise der Protokollant als Mediennutzung versteht. Empfehlenswert kann es sein, das ausgefüllte Medientagebuch in einem folgenden qualitativen Interview gemeinsam mit dem beziehungsweise der Befragten zu besprechen. Auch das Medientagebuch wird in den letzten Jahren nur noch selten eingesetzt, obwohl es lange Zeit in den Sozialwissenschaften populär war (vgl. Fuhs 2014, S. 259 und S. 264 f.).

Weitere Methoden sind der Medienzeitstrahl, Narrative Landkarten und Playographies: Beim *Medienzeitstrahl* erhält das Subjekt einen ausgedruckten Zeitstrahl und soll erzählen beziehungsweise kleine Bilder von Medien (-geräten) einkleben oder legen, wann welche Medien in ihrem beziehungsweise seinem Leben eine Rolle spielten.¹³ Konstantin MITGUSCH entwickelte die Methode für den Gegenstand Computerspiel-Erfahrungen weiter. Im Rahmen seiner *Playographies* wurden die Befragten aufgefordert, in einem Zeitstrahl bedeutende Spiele einzuzichnen; je bedeutsamer, desto größer sollte der Kreis mit dem Namen des Spiels sein (vgl. Mitgusch 2012, o. S.). Im Anschluss sollte der Zeitstrahl in Episoden beziehungsweise Passagen eingeteilt werden. Im nächsten Schritt sollten die Befragten die konkreten Erfahrungen und deren Kontext näher beschreiben sowie die Bedeutung erklären. Zuletzt wurden sie aufgefordert, die bedeutendste Erfahrung für ihr Leben zu wählen und diese nochmals zu

¹² In Hinblick auf die Methode *Medientagebuch* sei an dieser Stelle der Beitrag von Burkhard FUHS (2010) im *Handbuch Kinder und Medien* von TILLMANN, FLEISCHER und HUGGER zu empfehlen und für eine gelungene Anwendung die Studien *Musik und Gefühl* von HARTUNG, REIßMANN und SCHORB (2009) sowie die Promotion von Karina BÖHM.

¹³ Diese Methode wurde beispielsweise im Rahmen eines Seminars bei Helga THEUNERT am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft im Wintersemester 2010/11 entwickelt, jedoch nicht veröffentlicht.

erläutern (vgl. Mitgusch 2012, o. S.). Obwohl diese Methode sehr interaktiv und haptisch-visuell gestaltet ist, gibt sie doch sehr stark inhaltliche und strukturelle Relevanzen der Interviewerin beziehungsweise des Interviewers wieder. Denn unbestreitbar ist, dass es noch weitere Einflüsse gibt, die die Bedeutung von Computerspielen für die Lebensgeschichte nachvollziehbar machen, nicht nur das Spielen selbst. Auch setzt die Methode voraus, dass es eine Abstufung im Sinne einer Rangfolge von bedeutsamen Spielen gibt, die dem Subjekt auch noch bewusst und damit kommunizierbar ist. Zusätzlich wird gefordert, dass es die Erklärung für die Bedeutsamkeit (im Sinne einer Interpretation) selbst liefert. Besonders kombiniert mit einem qualitativen Interview, das Hintergründe und biografische Erfahrungen erhebt, können die Methoden Medienzeitstrahl und Playographies medienbiografische Erinnerungen zumindest durch Veranschaulichung anregen.

Narrative Landkarten wurden im Rahmen der pädagogischen Kindheitsforschung von Imbke BEHNKEN und Jürgen ZINNECKER entwickelt. Dafür markieren die Befragten in einer Stegreifzeichnung „wichtige Orte in ihrem Lebensumfeld, in der Regel ausgehend von einem Fixpunkt, wie beispielsweise der Wohnung oder einer Jugendfreizeiteinrichtung“ (Deinet/Krisch 2009, o. S.); im Anschluss werden sie zu Details und abschließend nach Bewertungen befragt. Narrative Landkarten sind ein Verfahren der Ethnografie; Ziel ist es, persönliche Lebensräume von Befragten und deren subjektive Relevanz zu rekonstruieren (vgl. Deinet/Krisch 2009, o. S.). Dies geschieht mittels kartografischer, zeichnerischer und – ergänzend als auch parallel dazu – biografisch erzählender (narrativer) Darstellungsformen (vgl. Deinet/Krisch 2009, o. S.). Mit Hilfe *Subjektiver Landkarten* als Konkretisierung Narrativer Landkarten werden „die subjektiv bedeutenden Lebensräume von Kindern und Jugendlichen im Stadtteil oder in der Region sichtbar gemacht“ (vgl. Schumann 1995, zit. n. Deinet/Krisch 2009, o. S.). Narrative beziehungsweise Subjektive Landkarten sind geeignete Methoden, die Lebenswelt der Subjekte möglichst umfassend und mit allen relevanten Kontexten zu erfassen. Sie sind jedoch vor allem für die Erfassung der gegenwärtigen Lebenswelt fruchtbar, nicht aber für vergangene Lebensphasen oder gar die komplette Biografie. So gesehen können sie lediglich die „letzte Phase“ der Biografie erfassen. Die Methoden lassen sich jedoch medienbiografisch erweitern, indem in Narrative beziehungsweise Subjektive Landkarten die Bedeutung von Medien einbezogen wird (neben

relevanten Personen, Orten, Räumen und weiteren). Somit sind Narrative und Subjektive Landkarten keine originär medienbiografischen Methoden, können aber durch eine Modifizierung sehr gut als solche eingesetzt werden, um einen Blick auf die aktuelle (Medien-)Biografie zu werfen.

4. Methodensetting und -beschreibung

4.1 Methodendesign

Die Forschungsfrage legt nahe, *Narrativ-Biografische Interviews* nach Fritz SCHÜTZE anzuwenden, da nur so die Biografie der Untersuchten erhoben und die Prozessstrukturen des Lebenslaufs (vgl. Schütze 1983, S. 284) aufgedeckt werden können. Gleichzeitig verlangt der Schwerpunkt *Medienbiografie*, wie im dritten Kapitel begründet, nach methodischen Erweiterungen. Es musste sichergestellt werden, dass die Medienbiografie auch im Interview thematisiert wird. Da sich Mediensozialisations- und Mediatisierungsforschung einig sind, dass jeder Mensch über eine Medienbiografie verfügt und ein Leben ohne jeglichen Medienkontakt nicht möglich ist, erschien der Schwerpunkt sinnvoll – zumindest in westlich geprägten Kulturkreisen. Dass Medien eine Rolle als Sozialisationsinstanz und im Rahmen von Biografisierungsprozessen spielen, ist also unumstritten. Die Frage danach, *welche* Bedeutung den Medien als Sozialisationsinstanz zukommt, ist im Rahmen von Interviews jedoch aufgrund der genannten methodischen Probleme schwer zu erfassen.

Wie bereits im dritten Kapitel beschrieben, sind mediale Erfahrungen schwer erinnerlich und damit auch schwer (bewusst) kommunizierbar. Mediale Erlebnisse sind nur dann noch präsent, wenn sie in Form von Ritualen auftreten (zum Beispiel der *Tatort* am Sonntagabend), mit besonderen Ereignissen verbunden sind (zum Beispiel die erste eigene CD, der erste Konzertbesuch) oder durch besondere Erlebnisse oder Bezugspersonen begleitet wurden (zum Beispiel gemeinsames Lied mit dem ersten Partner oder der ersten Partnerin). Zudem ergibt sich bei Ritualen die methodologische Schwierigkeit, dass diese zwar unter Umständen beschreibbar sind, aber nicht *erzählt* werden können – laut SCHÜTZE zeigen sich die Prozessstrukturen des Lebenslaufs jedoch vor allem, wenn nicht gar aus-

schließlich, in Erzählungen, nicht aber in Beschreibungen oder gar Argumentationen.¹⁴

In der Studie wurden deshalb mehrere *Erhebungsmethoden kombiniert*: Zum einen wurde das Erzählen medienbiografischer Erfahrungen innerhalb der Interviewsituation explizit angeregt, zum anderen wurden drei Erweiterungsmethoden (eine davon zweistufig) in die Erhebungssituation des Interviews integriert. Alle entwickelten Methoden haben den Vorteil, dass sie Erzählungen durch haptische und visuelle Reize anregen und von der beziehungsweise vom Interviewten eigenständig entworfen sowie flexibel angepasst werden können. Die Methoden bedienen sich alle anlehnend den Strategien der *Struktur-lege-Technik*¹⁵ sowie der Methode des *lauten Denkens*¹⁶, indem Begriffe oder Bilder auf Kärtchen verwendet werden, die im Laufe des Interviews vom untersuchten Subjekt positioniert und kommentiert werden. Für die hier vorgestellten Methoden wird die Struktur-lege-Technik jedoch nicht nur auf Eigentheorien bezogen, sondern im weiteren Sinne als Strategie zur Veranschaulichung und zum Aktivieren und In-Beziehung-Setzen von Erfahrungen verwendet. Durch die neu entwickelten Methoden erhält die Forscherin beziehungsweise der Forscher nicht nur zusätzliches Interpretationsmaterial (in Form von Fotografien der entwickelten Schaubilder), sondern auch Kontextmaterial, um das Verbalisierte zusätzlich interpretieren zu können. Zudem regt das Kommentieren der Auswahl und die Anordnung der Kärtchen die Reflexion des Gesagten an. Auch HARTUNG betont, dass „Medien [...] für die biografi-

¹⁴ Dies zeigt sich auch im ersten Schritt des Auswertungsinstruments der Narrationsanalyse, wie SCHÜTZE sie entwickelte, in dem zuerst alle nicht-narrativen Passagen aus dem Interviewtext gestrichen werden (vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 231–233).

¹⁵ Entwickelt wurde die Struktur-lege-Technik von Norbert GROEBEN und Brigitte SCHEELE. Sie erhoben mittels halbstandardisierter Interviews Eigen- beziehungsweise subjektive Theorien der Befragten, werteten die Interviews aus und schrieben die wichtigsten genannten Konzepte auf Kärtchen. Im Anschluss versuchten sie, eine visuelle Darstellung der Zusammenhänge zwischen diesen Konzepten vorzunehmen durch entsprechende Positionierung der einzelnen Kärtchen mit ihren Konzepten und dadurch, dass die Kärtchen mit benannten Pfeilen verbunden werden. Dies kann entweder durch die Auswertenden geschehen oder bei einem zweiten Termin mit der Befragten beziehungsweise dem Befragten selbst (vgl. Helfferich 2005, S. 25).

¹⁶ Hierbei werden die Personen aufgefordert, ihre Gedanken laut auszusprechen, während sie sich einer Aufgabe oder Tätigkeit widmen (vgl. Bilandzic 2005, S. 362). Während der Untersuchte eine Primäraufgabe – in diesem Fall das Ausfüllen des Medienzeitstrahls – löst, verbalisiert er gleichzeitig seine Gedanken (vgl. Bilandzic 2005, S. 362).

sche Selbstreflexion folgenreich sein [können], indem sie Muster offerieren, die Reflexionsprozesse anstoßen und Vergleichsfolien anbieten“ (Hartung 2010, S. 93).

Die größte Herausforderung war, Methoden zu entwickeln, die die Verbalisierung von medienbiografischen Erfahrungen primär *anregen*, nicht aber *vorgeben* (zum Beispiel durch die Auswahl der Interviewerin beziehungsweise des Interviewers oder den zu frühzeitigen Einsatz). Am konkreten Beispiel: Zwar kann innerhalb der Interviewsituation durchaus nach dem Lieblingsfilm gefragt werden, interessanter und unverfälschter wird das Gesagte jedoch, wenn das untersuchte Subjekt den Lieblingsfilm von sich aus anspricht. Nur so kann garantiert werden, dass das Gesagte tatsächlich die Relevanzen des Subjektes selbst umfasst und nicht die der Forscherin beziehungsweise des Forschers. Für die vorliegende Studie hatte diese Herausforderung, angelehnt an die klassischen Hinweise zur Interviewführung insbesondere von Narrativen Interviews, mehrere methodische Konsequenzen:

- Ehe konkrete Nachfragen zu (vorher nicht von selbst genannten) Medien wie Filmen, Serien und Büchern gestellt wurden, war es wichtig, den Befragten umfassenden Raum zum möglichst uneingeschränkten Erzählen zu geben, um ihnen zu ermöglichen, eigene Relevanzen zu setzen.
- Die Einstiegsfrage ins Interview war deshalb bewusst sehr offen formuliert und umfasste keine medialen Bezüge. Wenn die Befragten Medien bereits in der Eingangsnarration nannten, war dies ein deutlicher Hinweis für die Relevanz von Medien in der Lebensgeschichte.
- Wenn Medien von sich aus angesprochen wurden, wurden zuerst möglichst offene, erzählgenerierende Nachfragen gestellt (Postulat der „demonstrativen Vagheit“, vgl. Przyborski/Wohlrab-Sahr 2010, S. 82; zum Beispiel „Du hast vorhin den Film XY genannt. Kannst du noch mehr dazu erzählen?“), ehe Detailfragen eingebracht wurden.
- Wenn die Nachfragen der Interviewerin mediale Aspekte umfassten, wurden auch diese möglichst offen und unkonkret gestellt, um im Anschluss dem Prinzip „vom Allgemeinen zum Speziellen“ zu folgen. Das heißt, Fragen wurden bevorzugt in dieser Reihenfolge gestellt (am Beispiel Kindheit und Medien):

„Erzähl doch mal, welche Medien du in deiner Kindheit genutzt hast.“

„Welche hast du besonders gern genutzt?“

„Erzähl mehr zur Serie XY, die du eben angesprochen hast.“

„Welche Rolle spielte das Tier XY in der Serie für dich?“

„Hast du auch andere Medien mit Tieren, zum Beispiel Filme gesehen?“

- Zudem galt hier das Postulat, immer erst das bereits Gesagte aufzugreifen und konkretisieren zu lassen, ehe weitere, exmanente Fragen gestellt wurden.¹⁷

Ein Weg, biografische Medienerfahrungen zu erfassen, war also, direkt danach zu fragen beziehungsweise darauf zu hoffen, dass Medien von selbst angesprochen werden. Außerdem wurden weitere Methoden zur Erfassung der Medienbiografie entwickelt und nach der Erprobung modifiziert. Diese werden im Folgenden vorgestellt.

4.2 Medienkoffer beziehungsweise Medienkartenkoffer

Der Medienkoffer lehnt sich an die *Struktur-lege-Technik* an (vgl. Helfferich 2005, S. 25). Er besteht aus einer Sammlung von Abbildungen verschiedener Medien, in denen Tiere als Handlungsträger oder Begleiter von Handlungsträgern vorkommen. Da sich diese Methode im Interview an den Nachfrageteil zur Kindheit anschließt, sind hier vorrangig mediale Tierfiguren versammelt, die üblicherweise in der Kindheit rezipiert werden. Dies sind zum Beispiel Tierfiguren aus Filmen, Serien, Zeitschriften und cross-medialen Produktionen, aber auch Internetstars wie *Grumpy Cat* und nicht eindeutig als Tiere identifizierbare Figuren wie das *Tamagotchi*. Folgendes Foto gibt einen Überblick über Größe, Umfang und Aussehen des Medienkoffers.

¹⁷ Zur Rückgriff-Frage-Strategie vgl. BUDE 1985, S. 328.



Abbildung 1: Medien(karten)koffer (Foto: Caroline BAETGE)

Ziel und Umsetzung

Ziel des Medienkoffers ist es, durch visuelle und haptische Reize die Erinnerung an mediale Erfahrungen der beziehungsweise des Interviewten anzuregen. Die Kärtchen werden im Interview auf einem Tisch ausgebreitet und das untersuchte Subjekt erhält die Aufforderung, sich die Kärtchen anzusehen, sich einige auszusuchen und alles dazu zu erzählen, was ihr beziehungsweise ihm einfällt. Konkret lautete die Fragestellung: „Nun habe ich hier eine Kiste mitgebracht, in der sich Bilder von Tieren befinden, die in den Medien vorkommen. Schau dir diese Bilder doch mal in Ruhe an und erzähl mir alles, was dir dazu einfällt.“

Der Gedanke hinter der vagen Fragestellung war, die Befragte beziehungsweise den Befragten nicht mit spezifischen Fragen in eine bestimmte Richtung zu lenken, zum Beispiel auf die Tierfigur oder die Bewertung der Darstellung des Tieres. Ziel ist es, über Assoziationen Erinnerungen ganzheitlich anzuregen, sodass das untersuchte Subjekt diese möglichst umfassend und un gelenkt erzählen kann. Zudem wurden einige Anschlussfragen formuliert, die bei Bedarf nachträglich zur Spezifizierung des Gesagten gestellt werden konnten: „Erinnerst du dich daran, etwas davon gesehen oder gelesen zu haben?“, „Mochtest du etwas davon besonders? Warum?“

„War das für dich wichtig, dass Tiere darin vorkamen?“, „Hat dich das irgendwie geprägt?“.

Auswahl der Bilder

Die Bildersammlung verfolgt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Dennoch war es wichtig, eine möglichst umfassende Auswahl zur Verfügung zu stellen. Zum einen erfolgte die Auswahl der Bilder nach wahrgenommener Relevanz (zum Beispiel lange Laufzeit einer Serie, bekannter Kinofilm, aktuelle Präsenz in den Medien) und nach Bekanntheitsgrad. Sowohl „alte“ Medieninhalte wurden berücksichtigt (zum Beispiel *Flipper*, *Lassie*) als auch aktuelle¹⁸ wie *Filly Pferde* oder *Grumpy Cat*.

Der Medienkoffer wurde und wird stetig erweitert, zum einen aufgrund von in den Interviews genannten medialen Bezügen als auch durch Hinweise aus Forschergruppen, Promotionskollegs, Kolleginnen und Kollegen sowie anderen Bezugspersonen. Die Anzahl der Bilder sollte jedoch, wie die Erfahrungen gezeigt haben, etwa 40 nicht übersteigen, um die Untersuchten nicht zu überfordern.

Modifizierung

Bereits im ersten Interview zeigte sich, dass die Fragestellung zum Medienkoffer zu unspezifisch war, was insbesondere durch die hohe Anzahl der Bilder erschwert wurde. Zwar waren die Ergebnisse sehr gut interpretierbar und aufschlussreich, doch gab die Befragte in einer internen Reflexion des Gespräches zu, dass sie die vage Fragestellung überfordert hätte und sie sich eine konkretere Aufforderung gewünscht hätte. Deshalb wurden in den Folgegesprächen die oben formulierten Spezifizierungsfragen gleich zu Beginn des Methodeneinsatzes gestellt.

¹⁸ Zwar ist es bei den aktuellen Medieninhalten unwahrscheinlich, dass die Befragten diese in ihrer Kindheit rezipiert haben. Aber zum einen wurde das Alter der Untersuchten nicht beschränkt (es kann also durchaus sein, dass noch Kinder oder Jugendliche interviewt werden), zum anderen ist nicht auszuschließen, dass die aktuellen Bezüge in der Gegenwart eine Relevanz haben (zum Beispiel jüngere Geschwister, eigene Kinder, Nichten/Neffen, Nachbarskinder). Nicht zuletzt kann ein aktueller Medieninhalt unter Umständen dazu anstoßen, sich an andere Inhalte aus der eigenen Kindheit zu erinnern, die darauf implizit verweisen und im Medienkoffer nicht auftauchen.

4.3 Visiograph

Der Visiograph ist streng genommen keine explizit *medienbiografische* Methode, kann aber im Kontext (medien-)biografischer Forschung eingesetzt werden, um die Beziehung der Befragten beziehungsweise des Befragten zu einem interessierenden Gegenstandsbereich zu visualisieren und zu reflektieren. Auch Anja HARTUNG konstatiert, dass „Medien [...] für die biografische Selbstreflexion folgenreich sein [können], indem sie Muster offerieren, die Reflexionsprozesse anstoßen und Vergleichsfolien anbieten“ (Hartung 2010, S. 93). Der Visiograph kombiniert deshalb (medien-)biografische Erinnerungen mit der Reflexion von Beziehungen. Für den Visiographen werden ebenfalls Kärtchen eingesetzt, auf denen für die Forschungsfrage relevante Aspekte abgebildet sind. Die beziehungsweise der Befragte legt die Kärtchen innerhalb der Interviewsituation in einer selbst gewählten Struktur und kommentiert diese. Im Anschluss hält die Interviewerin beziehungsweise der Interviewer den Visiographen fotografisch fest.¹⁹ Abbildung 2 veranschaulicht die Umsetzung des Visiographen:



Abbildung 2: Visiograph im Beispielinterview (Foto: Caroline BAETGE)

¹⁹ Selbstverständlich wird das untersuchte Subjekt vorher darauf hingewiesen, um Irritationen zu vermeiden. Hierzu eignen sich Smartphone-Kameras, da diese durch ihre kleine Größe und fehlende Klick-Geräusche am wenigstens störend sind und das Interview nicht unnötig unterbrechen.

Bei der Auswertung liegen der Forscherin beziehungsweise dem Forscher damit verschiedene Materialien zur Interpretation vor wie beispielsweise Transkripte oder Bilder vom Visiographen, was zur Qualität und intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse beitragen kann. Visualisierungen können nicht nur das befragte Subjekt bei der Erhebung in der Verbalisierung unterstützen, sondern auch die Lesenden der Studie.

Ziel und Umsetzung

In der vorliegenden Studie wurde der Visiograph eingesetzt, um die Beziehung zwischen Mensch und Tier aus Sicht der Untersuchten zu reflektieren. Die Untersuchte beziehungsweise der Untersuchte soll die Kärtchen zum Hauptkärtchen (Mensch) positionieren und zu jedem Kärtchen etwas sagen. Dafür wurden über die Google-Bildersuche Clipart-Bilder in schwarz-weiß gesucht und ausgedruckt.²⁰ Der Visiograph wurde im exmanenten Nachfrageteil „Mensch-Tier-Beziehungen“ verwendet und folgendermaßen eingeführt:

„Ich habe hier noch ein paar Kärtchen mitgebracht, auf denen einige Dinge abgebildet sind, die in Verbindung mit Tieren stehen. In die Mitte legen wir jetzt mal das Kärtchen mit dem Menschen. Kannst du die anderen Kärtchen zu der Karte mit dem Menschen zuordnen beziehungsweise positionieren und zu jedem der Begriffe noch etwas sagen, was dir dazu einfällt?“

Der Visiograph kombiniert wie der Medienkoffer ebenfalls visuelle mit haptischen Reizen. Ein weiterer Vorteil ist die prozesshafte Entwicklung und mögliche Modifizierung innerhalb des Interviews, das heißt die Befragte beziehungsweise der Befragte kann den Visiographen im Interview selbst und im eigenen Tempo entwickeln und gegebenenfalls modifizieren. Durch das Kommentieren der Kärtchen und der Beziehungen zueinander erhält die Forscherin beziehungsweise der Forscher zudem zugleich Hinweise und Begründungen für inhaltliche Zusammenhänge und Bewertungen. Die Methode hat also mehrere Vorteile: Sie visualisiert die Beziehungen zwischen Mensch und Tier aus Sicht der Befragten, sie regt

²⁰ Es empfiehlt sich, die Seitenränder der Bilder etwa 5 bis 8 cm groß zu wählen, damit der Visiograph auch auf einem kleineren Tisch oder Ähnlichem gut gelegt werden kann.

Reflexionen dieser Beziehung an und durch die gleichzeitige Kommentierung der Kärtchen erhält die Interviewerin beziehungsweise der Interviewer zugleich Aussagen und damit inhaltliche Hinweise zu den Abbildungen selbst (zum Beispiel Bewertung von Zoos) als auch zur eigenen Positionierung der Befragten beziehungsweise des Befragten zum Gegenstand wie beispielsweise: „Als Kind bin ich gerne in den Zoo gegangen, später hat sich das gewandelt“. In der Beispielaussage erhält die Interviewerin beziehungsweise der Interviewer zudem einen Hinweis auf die Veränderung der Beziehung im biografischen Verlauf. Wenn dies nicht von Seiten der beziehungsweise des Interviewten selbst angesprochen wird, kann die Interviewerin beziehungsweise der Interviewer die Reflexion und eine mögliche Veränderung der Sichtweise im biografischen Verlauf durch Nachfragen anregen. Zudem dient der Visiograph in der Untersuchung als Grundlage für eine weitere Reflexion der Beziehung: Im Anschluss werden Fragen gestellt, die einen Perspektivwechsel anregen: Wie sähe die Beziehung vom Tier zum Menschen aus? Brauchen Tiere Menschen?

Im Rahmen der Interpretation lassen sich aus dem Visiographen neben den Erkenntnissen, die aus dem Gesagten gewonnen werden können, auch aus dem Foto Interpretationen ableiten, besonders in Kombination mit dem Gesprochenen: Die Positionierung der Kärtchen zum Menschen kann Hinweise auf die Relevanz beziehungsweise Distanz zum Subjekt liefern. Auch eine mögliche Kategorisierung der Kärtchen in Gruppen kann aufschlussreich sein: Im abgebildeten Fall unterschied die Befragte so zum Beispiel nicht zwischen Haus- und Nutztieren (Anordnung in einem Cluster), machte jedoch Unterschiede bei der Kategorie „Verwendung von Tieren“: So war für sie die Verwendung von Tieren in Ordnung, wenn sie explizit dem Menschen diene und Tiere darunter nicht konkret litten (Tiertherapie, Blindenhunde). Hierfür unterteilte sie die Kärtchen in zwei optisch abgegrenzte Unter-Cluster.

Auswahl der Bilder

Die Bilder dienen der Visualisierung, sollen die Befragten aber zugleich nicht durch eine wertende Bildaussage in eine bestimmte Richtung drängen. Clipart-Bilder in schwarz-weiß erwiesen sich als sinnvoller Weg, Gegenstände möglichst neutral zu visualisieren (gerade durch die Verfremdung realer Abbilder), ohne zu wertend und richtungsweisend zu sein. Im vorliegenden Fall wurden neben Cliparts verschiedener Tiere wie Haus-

und Nutztiere auch solche von tierischen Produkten (Nahrung sowie andere Erzeugnisse) sowie von Tieren in anderen „Nutzungskontexten“ für den Menschen (Tierversuche, Transport, Zoo/Zirkus, Tiertherapie) verwendet. Wichtig bei der Auswahl der Bilder ist neben dem Neutralitätsanspruch der Abbildungen der begrenzte Umfang, da möglichst alle Kärtchen von der Befragten beziehungsweise dem Befragten gelegt und kommentiert werden sollen.²¹

Modifizierung

Im Vorfeld wurde eine alternative, vereinfachte Aufforderung formuliert, falls die Aufgabenstellung sich für die Befragte beziehungsweise den Befragten als zu schwierig erweisen sollte, zum Beispiel: „Du hast vorhin gesagt, Haustiere sind dir besonders wichtig, das heißt du könntest die Kärtchen besonders nah an den Menschen legen“. Im Interview zeigte sich jedoch, dass die ursprünglich formulierte Aufgabenstellung sehr gut funktionierte und verstanden wurde. Zudem ist die alternative Formulierung bereits zu wertend und legt eine Aussagerichtung vor.

Durch eine im Verlauf der Studie vorgenommene Modifikation der Forschungsfrage wurden noch wenige Kärtchen ergänzt. Dies betrifft vor allem die Kategorien *wilde Tiere*, die durch einen Löwen²² symbolisiert wird, sowie *Bauernhof* und *Angeln*.

Zudem fiel auf, dass der Visiograph unter Umständen in verschiedenen Stufen vom Subjekt aufgebaut oder gar in der kommunikativen Validierung modifiziert wird. Hier bietet es sich an, die verschiedenen Schritte fotografisch festzuhalten, um zwischen den Varianten des Visiographen vergleichen zu können und zugleich mehr (visuelle) Belege für die Interpretation zu haben. Es sollte jedoch darauf geachtet werden, nur dann ein weiteres Foto zu machen, wenn der Visiograph maßgeblich verändert wurde, da häufige Unterbrechungen die Interviewsituation negativ beeinflussen könnten.

²¹ Weniger wichtige Kärtchen können weiter weg beziehungsweise ganz weggelegt werden, falls sie für die Befragte oder den Befragten nicht relevant sind. Das Subjekt wird also nicht „gezwungen“ Relevanz zu setzen, wo es keine sieht, sondern kann durch eine entsprechende Positionierung der Kärtchen eigene Relevanzsetzungen vornehmen.

²² Gerade im Vergleich zur Karte „Zoo“ beziehungsweise „Zirkus“ wurden im ersten Interview spannende Begründungen genannt, da das Tier *Löwe* in allen drei Kontexten anzutreffen ist.

Im Kontext anderer Studien kann der Visiograph entsprechend angepasst werden. Der Einsatz empfiehlt sich immer dann, wenn die Beziehung des untersuchten Subjektes zu einem Gegenstand erfasst und reflektiert werden soll und/oder wenn Kategorisierungen interessieren. Auch die Beziehungen zu Medien oder zu (medialen) Bezugspersonen im Sinne eines Beziehungsgeflechtes können visualisiert werden. Fakultativ lassen sich die Kärtchen auch auf einem großen Blatt weißem Papier anordnen und durch Pfeile, Linien oder Kreise miteinander verbinden. Somit kann der Visiograph im Kontext medienbiografischer Studien eingesetzt werden, vor allem, wenn die Prozesshaftigkeit von Beziehungen (wie haben sich die Beziehungen verändert?) im Vordergrund steht. In diesem Fall ist es unerlässlich, mehrere Fotos vom Visiographen zu machen.

4.4 Ranking und Bedeutung von Medien

Die dritte und letzte der hier vorgestellten Methoden ist das Ranking in Kombination mit einer *Medienliste*. Diese Methode ist zweistufig angelegt und kombiniert zwei Lege-Aufgaben. Im Interview wird die Befragte beziehungsweise der Befragte zuerst gebeten, Gründe für die vegane Lebensweise zu nennen. Insofern diese noch nicht auf den vorbereiteten Kärtchen erfasst sind, werden diese händisch von der Interviewerin beziehungsweise dem Interviewer ergänzt (im vorliegenden Beispiel das Motiv *Nachhaltigkeit/Ressourcenschonung*). Die interviewte Person soll im Anschluss auf die genannten Gründe genauer eingehen und diese erläutern. In einem zweiten Schritt werden Kärtchen mit Medien zur Verfügung gestellt, die zu den Gründen positioniert werden sollen. Die beziehungsweise der Interviewte wird aufgefordert, die Bedeutung von Medien für die genannten Motive zu beschreiben. Welche Medien werden zum Beispiel genutzt, um sich über Tierschutz zu informieren? Abbildung 3²³ veranschaulicht die Umsetzung:

²³ Dieses Beispielfoto entstand vor der Einführung des zweiten Schritts, der Medienkärtchen, deshalb fehlen diese noch. Auch fehlen hier noch weitere tierische Produkte wie Fleisch und Milchprodukte. Diese könnten alternativ auf einem Kärtchen als *tierische Produkte* zusammengefasst werden. Falls die Befragte beziehungsweise der Befragte differenziert („Fleischproduktion war für mich wichtiger bei der Entscheidung, vegan zu leben“), könnte dies auf einem Extra-Kärtchen händisch nachgetragen werden.

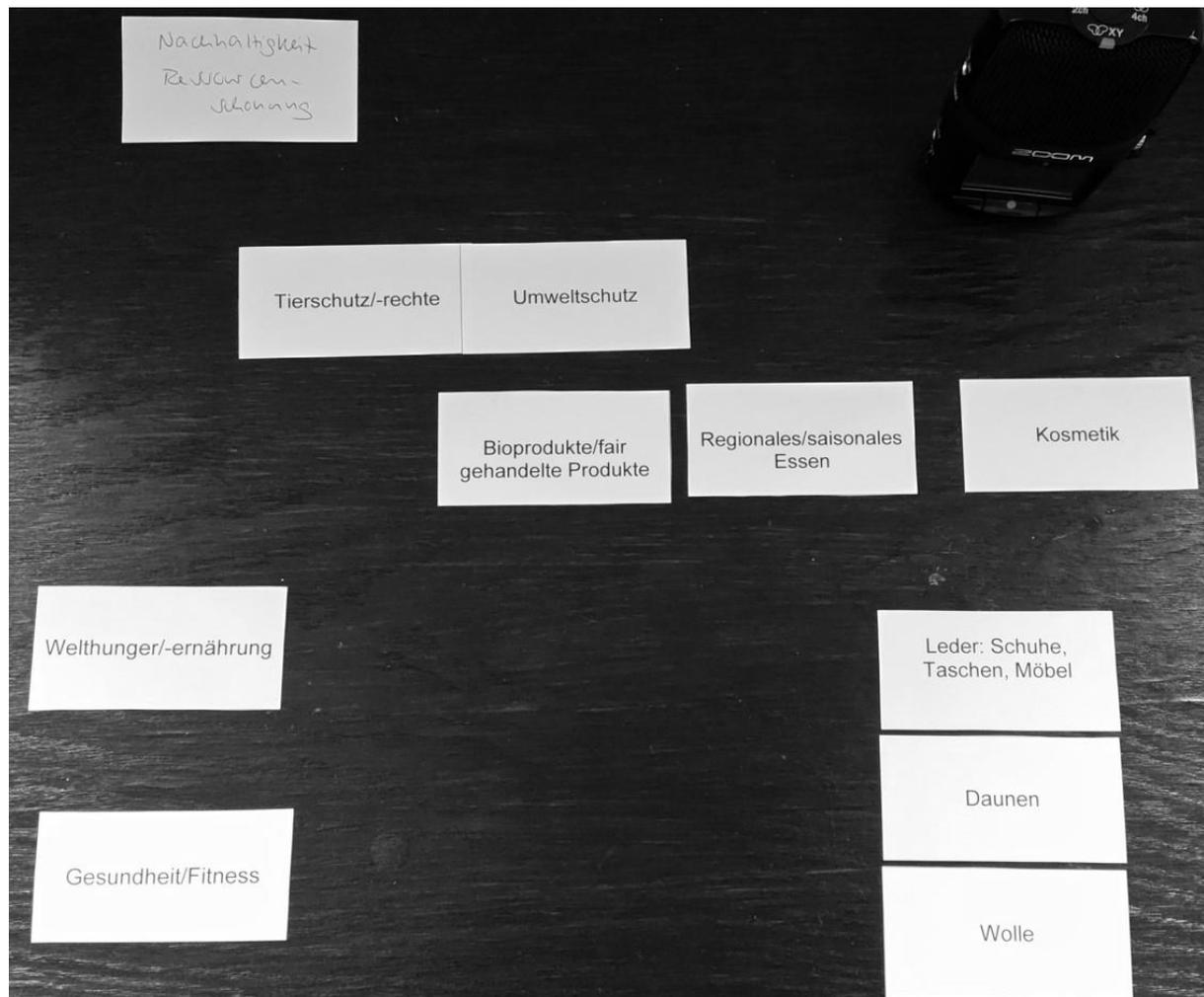


Abbildung 3: Ranking Gründe für Veganismus –
Beispielinterview vor der Modifikation (Foto: Caroline BAETGE)

Ziel und Umsetzung

Ziel dieser Methode ist es, für den Forschungsgegenstand relevante Begriffe (Themen) vom untersuchten Subjekt priorisieren zu lassen und in einem zweiten Schritt die Bedeutung von Medien für diese Themen zu erfahren. Im vorliegenden Fall waren dies Themen, die für viele Veganerinnen und Veganer als Gründe fungieren können, vegan zu leben (zum Beispiel Aspekte der Ernährung, Umweltschutz, Welthunger). Diese Begriffe wurden auf kleinen Kärtchen ausgedruckt. Die Befragte beziehungsweise der Befragte erhielt folgende Aufgabenstellung:

„Ich habe hier ein paar Begriffe, die mit dem Veganismus in irgendeiner Art und Weise zu tun haben beziehungsweise in diesem Zusammenhang oft genannt werden, auf Kärtchen geschrieben. Kannst du diese

Begriffe in eine Reihenfolge bringen, deiner persönlichen Wichtigkeit nach? Und welche Rolle spielt dieser Begriff jeweils für dich für das Vegansein?“.

Im Vorfeld wurde die Befragte beziehungsweise der Befragte zuerst aufgefordert zu erzählen, wie er beziehungsweise sie vegan geworden ist und im Anschluss, die Gründe mittels der Kärtchen nochmals zu erläutern. Falls hier Motive genannt wurden, die noch nicht auf einem Begriffskärtchen vorhanden waren, wurden diese auf weiteren Kärtchen ergänzt.²⁴ Wichtig bei dieser Methode ist, explizit darauf hinzuweisen, dass dies nicht zwingend Gründe sein *müssen*, die für die Befragte beziehungsweise den Befragten relevant im Hinblick auf den Veganismus sind, um eine Antwort im Sinne einer *sozialen Erwünschtheit* zu vermeiden. Durch eine wertschätzende, offen-interessierte und neutrale Interviewhaltung kann dem zusätzlich entgegengewirkt werden.

Anhand der Auswahl und Anordnung der Kärtchen lässt sich die Relevanz und möglicherweise auch Rangfolge der Motive ablesen; zudem werden diese gleichzeitig *kommunikativ validiert* und mit Beispielen gefüttert. Der zweite Schritt, die *Medienkärtchen*, wurde erst im Rahmen der Modifizierung der Methoden eingeführt (vgl. übernächster Abschnitt).

Auswahl der Begriffe

Nach eingehender Literaturrecherche wurden die am meisten genannten Gründe für eine vegane Lebensweise zusammengetragen und auf jeweils ein Kärtchen geschrieben. Auf eine visuelle Abbildung wurde verzichtet, da Gründe schwer bildlich eindeutig abzubilden sind. Ausgeschriebene Begriffe erwiesen sich als eindeutiger und durch den Schlagwort-Charakter leicht verständlich. Einige Gründe wurden in den Interviews unmittelbar vor dem Einsatz der Methode händisch ergänzt (vgl. voriger Abschnitt), da persönliche Motive, vegan zu leben, sehr unterschiedlich sein können. Zudem war es wichtig, die Auswahl und Anordnung dem Subjekt selbst zu überlassen, das heißt, die Interviewerin beziehungsweise der Interviewer

²⁴ Im ersten Interview war dies zum Beispiel das Motiv „Nachhaltigkeit“, vgl. Abbildung 3. Wichtig ist es deshalb, weitere leere Kärtchen vorzubereiten, die während des Einsatzes der Methode beschriftet werden können.

sollte im Vorfeld betonen, dass weitere Begriffe ergänzt werden können und nicht alle Kärtchen verwendet werden müssen.

Modifizierung

Bereits in der Vorbereitung des Interviews entstand die Frage, wie die Bedeutung von Medien zur Ausgestaltung der veganen Lebensweise in der Gegenwart erfasst werden könnte. Zwar kann innerhalb des Narrativ-Biografischen Interviews danach gefragt werden, welche Medien im Rahmen der veganen Lebensweise für die Befragte beziehungsweise den Befragten eine Rolle spiel(t)en. Doch auch hier führen die selten bewusste Nutzung von Medien und die schwierige Erinnerbarkeit von Medienerfahrungen dazu, dass vermutlich nicht alle relevanten Medienerfahrungen ohne gezielte Nachfrage angesprochen werden oder dem untersuchten Subjekt im Interviewkontext einfallen. In der ersten Variante des Leitfadens wurden daher mögliche relevante Medien von der Interviewerin eingebracht („Spielen Blogs für dich eine Rolle?“). Neben dem Nachteil, dass damit fremde Relevanzen gesetzt werden, erwies es sich zudem als schwierig, alle möglicherweise relevanten Medien „abzufragen“, da dies eher einem Frage-Antwort-Interview als einem narrativ orientierten gleichen würde.

Im weiteren Verlauf der Studie wurde das Design deshalb angepasst: Mögliche relevante Medien wurden ebenfalls als Begriffe auf Kärtchen gedruckt. Diese wurden in einem zweiten Schritt – nachdem die Befragte beziehungsweise der Befragte die Motiv-Kärtchen gelegt hatte – von ihr beziehungsweise ihm zu den Motiven positioniert und dies begründet. Die Aufforderung lautete dann wie folgt:

„Nun hast du ja erzählt, aus welchen Gründen du vegan lebst. Hier habe ich noch weitere Kärtchen mitgebracht, auf denen Medien stehen. Kannst du erläutern, welche Medien für dich für deine vegane Lebensweise eine Rolle spielen? Du kannst die Medien-Kärtchen gerne zu den anderen platzieren.“

Durch die Vielzahl und Vielfalt der Medienkärtchen kann sichergestellt werden, dass viele für die interviewte Person wichtige Medien angesprochen werden, da die Kärtchen zur Anregung der Erinnerung beitragen. Zudem reflektiert die beziehungsweise der Untersuchte, welche Medien

für welche Aspekte ihres beziehungsweise seines veganen Lebens eine Rolle spielen. So kann es zum Beispiel sein, dass Informationen zur Massentierhaltung eher aus Newslettern und Nachrichtenartikeln bezogen werden, Rezepte jedoch eher aus Blogs, die wiederum zur Verbreitung der Lebensweise im Bekanntenkreis dienen können. Auch die Medienkärtchen können händisch ergänzt werden.

Wichtig ist auch bei dieser Methode, die gelegten Kärtchen in einem Zwischenschritt fotografisch festzuhalten (erst Gründe, dann Gründe und Medien), um diese besser in die Belege für die Interpretation einbeziehen zu können. Zudem kann es auch hier sein, dass sich die Anordnung der Kärtchen im Laufe der Kommentierung verschiebt und von der interviewten Person angepasst wird.

Bislang hat sich gezeigt, dass die beschriebenen modifizierten Methoden sehr gut funktionieren und im Rahmen medienbiografischer Studien angewendet werden können. Je nach Charakter und „narrativer Neigung“ der untersuchten Subjekte waren zum Teil Hilfestellungen (im Sinne einer Erläuterung der Methode) durch die Interviewerin notwendig. Wichtig ist – wie bereits zu Beginn der Studie angenommen – die ergänzenden Methoden erst nach Abschluss der selbstläufigen Phase des Narrativ-Biografischen Interviews, markiert durch eine Erzählcoda, einzusetzen (vgl. Schütze 1983, S. 285). Damit haben die medienbiografischen Methoden exmanenten Charakter. So kann gewährleistet werden, dass die autobiografische Erzählung nicht durch den Einsatz der Methoden unterbrochen wird. Wie groß der Erkenntnisgewinn der durch die ergänzenden Methoden gewonnenen Daten ist, wird sich erst in der umfassenden Auswertung der Materialien zeigen.

5. Selbstreflexion sowie eine Würdigung von Sonja Ganguin

Selbstreflexion

Die Erforschung von Biografien kann für die Medienpädagogik sehr aufschlussreich sein. Zunehmend werden Biografien von Medien durchdrungen, was für einen medienbiografischen Ansatz spricht. Ein medienbiografischer Ansatz, der lediglich Rituale, mediale Vorlieben und Routinen erforscht, greift jedoch zu kurz. Vielmehr sollte die komplexe Durchdrin-

gung von Biografien durch Medien im Vordergrund stehen – verstanden als lebenslanger Prozess, als komplexe Wechselwirkung zwischen Biografie und Medien. Dabei sollte nicht nur untersucht werden, welche Medien in der Vergangenheit bei Lebensentscheidungen, zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben und zur Identitätskonstruktion eine Rolle spielten, sondern auch welche Bedeutung sie in der Gegenwart zur Ausgestaltung des Lebens spielen. Zudem sollte nicht nur das rezeptive, sondern auch das produktive Medienhandeln in den Blick genommen werden.

Aufgrund verschiedener methodologischer Herausforderungen lassen sich Medienerfahrungen schwer kommunizieren und mittels rein sprachlicher Verfahren erheben. Medienbiografie allein mit Hilfe qualitativer (biografischer) Interviews zu erfassen, greift deshalb zu kurz und unterliegt methodischen Limitationen. *Bewährte* – jedoch selten eingesetzte – Methoden wie *Medienzeitstrahl* oder *Medientagebuch* sind sinnvolle Ansätze, die jedoch ebenfalls begrenzt sind, da sie auf die Erinnerungsleistung (Zeitstrahl) und die kontinuierliche Mitarbeit (Tagebuch) der untersuchten Subjekte angewiesen sind. Da Medienerfahrungen zudem oftmals unbewusst sind, müssen sie zusätzlich durch die Interviewerin beziehungsweise den Interviewer angeregt werden, zum Beispiel durch Nachfragen und visuelle Stimuli. Im vorliegenden Aufsatz wurden daher Methoden entwickelt, die das Erinnern und Erzählen medienbiografischer Erfahrungen anregen können. Alle Methoden versuchen, durch das Einbeziehen verschiedener Sinne die Erinnerung ganzheitlich anzuregen. Mit Hilfe der *Struktur-Lege-Technik*, kombiniert mit der Methode des *Lauten Denkens* sowie *erzählgenerierender Nachfragen*, werden Erinnerungen visuell und haptisch aktiviert. Besonders der *Medien(karten)koffer* eignet sich hierfür.

Der Vorteil der Methoden liegt darin, dass sie flexibel an den Forschungsgegenstand angepasst und auch außerhalb (medien-)biografischer Forschung eingesetzt werden können. Dies trifft insbesondere auf den *Visiographen* zu. Sie sind außerdem relativ offen und „moderat aktivierend“ gestaltet, sodass die Forscherin beziehungsweise der Forscher die eigenen Relevanzen nicht zu stark in den Forschungsprozess einbringt. Dafür eignen sich Bildmaterial und Legekärtchen besonders gut, da das untersuchte Subjekt diese eigenständig einbeziehen und frei kommentieren kann. Das Postulat des „aktiven Subjektes“ wird somit auch in der methodischen Umsetzung beachtet. Neben inhaltlichen Hinweisen für die Interpretation (zum Beispiel vom Subjekt getroffene Kategorisierungen

beim Entwerfen des Visiographen) erhält die Forscherin beziehungsweise der Forscher zudem Reflexionen des Subjektes, die auf Eigentheorien hinweisen. Außerdem sorgen die kreativen, spielerischen Methoden für Abwechslung im Interview – für beide Seiten ein Gewinn – wodurch die Redebereitschaft des untersuchten Subjektes erhöht werden kann. Zudem steht für die Auswertung nicht nur sprachliches Material zur Verfügung, sondern auch bildliches. Ein *triangulatives Verfahren* kann die Aussagekraft und intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Interpretationen erhöhen und bereits im Auswertungsprozess auf verschiedene Lesarten aufmerksam machen.

Offen bleibt an dieser Stelle, ob es noch weitere kreative Methoden gibt, medienbiografische Erzählungen anzuregen, zum Beispiel durch den Einbezug weiterer Sinne. Möglicherweise gibt es Menschen, bei denen Erinnerungen nicht primär über visuelle Reize angeregt werden. Hier könnte man noch weiter experimentieren oder Methoden kombinieren, die unterschiedliche Sinne ansprechen. Besonders Medien bieten sich hierfür an: So ist zum Beispiel der Einsatz von Filmen, Werbeanzeigen oder Hörmaterial denkbar. Zudem arbeiten alle vorgestellten Methoden mit der bereits bekannten *Struktur-Lege-Technik*. Eventuell gibt es noch weitere visuelle Methoden, die nicht das Prinzip „Legen von Kärtchen“ anwenden.²⁵ Außerdem sind diese Methoden bei visuell oder haptisch eingeschränkten Personen (beispielsweise Älteren) nicht oder nur bedingt einsetzbar.

Erste Erprobungen der Methoden zeigten jedoch, dass die Daten, die durch die vorgestellten Methoden gewonnen wurden, ergiebig sind und eine gute Ergänzung zu reinen Interviewtexten darstellen. Auch als eigenständige Methoden können sie zur Erforschung von Medienbiografien beitragen. Zwar verfügen Methoden wie der Medien(karten)koffer oder der Visiograph über eine geringere Komplexität als beispielsweise das Narrative Interview, doch sind sie besonders für den Gegenstand Medienbiografie sinnvolle Ansätze, diese explizit zu erheben. Auch wenn die diskutierten Methoden für sich stehend angewendet werden können, ist eine Kombination mit dem Narrativ-Biografischen sinnvoller. Auch Ralf BIERMANN betont,

²⁵ Spannend ist an dieser Stelle auch die Frage, ob zum Beispiel *Selfies* als Indikator biografischer Selbstdokumentation betrachtet werden können und im Kontext medienbiografischer Studien einbezogen werden sollten.

dass „man die sinnvolle Kombination von Theorien und Methoden anhand der Forschungsfrage im Blick behalten [sollte]“ (Biermann 2014, S. 129). Nicht zuletzt fehlen vor allem Langzeitstudien, „um situative und temporäre Affinitäten von biografisch relevanten Einflüssen auf Medienhandeln und zugleich biografisch relevanten Konsequenzen für die Selbstbildung und Persönlichkeitsentwicklung unterscheiden zu können“ (Hartung 2010, S. 103). Weitere Modifizierungen und Anpassungen an spezifische Fragestellungen sind explizit gewünscht. Medienbiografische Forschung sollte sich nicht auf rein sprachliche Erhebungsverfahren konzentrieren, sondern kreativ und explorativ sein. Dafür eignet sich besonders der Einsatz von Medien selbst – vor allem visuelle Medien, wie in der vorgestellten Studie.

Würdigung von Sonja GANGUIN

Der Beitrag von Caroline BAETGE diskutiert in differenzierter Weise die Kombination unterschiedlicher qualitativer Methoden für die medienbiografische Forschung in der Medienpädagogik. Vor allem die innovativen Zugänge, die von der Autorin stets reflexiv-kritisch beleuchtet werden, sind an dieser Stelle positiv hervorzuheben. Da sich die soziale Realität mit den veränderten Wahrnehmungen und Interpretationen der Betroffenen und ihren wechselseitigen Aushandlungsprozessen stets verändert, bietet die Kombination des Narrativen Interviews mit den von BAETGE vorgestellten kreativen Methoden eine differenzierte und holistische Herangehensweise zur Gewinnung epistemologischer Annahmen. Die Innensicht der interviewten Subjekte wird somit durch die reichhaltige Methodenauswahl nochmals validiert und verspricht, tiefliegende Befunde zu liefern.

Der ganzheitliche Fokus der hier vorgestellten Untersuchung verspricht somit valide Typologien und Muster zu entdecken. Dies vollzieht sich vor allem auch durch das Ansprechen unterschiedlicher Sinne, wie zum Beispiel von visuellen Darstellungsformen oder einer eher haptischen methodischen Herangehensweise, die nochmals eine ganzheitliche Perspektive auf die Forschungsfrage initiiert.

Die hier vorgenommene *Methoden-Triangulation* innerhalb des qualitativen Forschungsprozesses ist somit nicht nur kreativ-innovativ, sondern auch höchst anspruchsvoll. So fand stets bei der Entwicklung der Methoden, wie des *Medien(karten)koffers* oder beim *Visiographen*, eine Modifizierung der Methode aufgrund der ersten Forschungserfahrungen statt, sodass die Methode stets weiterentwickelt und entsprechend angepasst wurde. In

diesem Zusammenhang kommt diesem Beitrag ein hoher Stellenwert in Bezug auf die methodologische Diskussion in der medienpädagogischen Forschung im Speziellen und in der empirischen Sozialforschung im Allgemeinen zu. So lässt sich diese Kombination unterschiedlicher qualitativer Daten auch auf andere Untersuchungen von Phänomenen übertragen. Die Arbeit bietet empirisch viele Anchlüsse, sie ist originell und in Anlage und Durchführung äußerst kreativ.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Medien(karten)koffer (Foto: Caroline BAETGE)

Abbildung 2: Visiograph im Beispielinterview (Foto: Caroline BAETGE)

Abbildung 3: Ranking Gründe für Veganismus – Beispielinterview vor der Modifikation (Foto: Caroline BAETGE)

Literaturverzeichnis

- Aufenanger, Stefan (2008): Mediensozialisation, in: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik, Wiesbaden: Springer VS, S. 87–92
- Baacke, Dieter/Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf (1990): Lebensgeschichten sind Mediengeschichten (Band 2), Opladen: Leske+Budrich
- Baetge, Caroline/Harnisch, Tobia (2013): Anerkennung und Alter. Die Rolle von Biografie und Medien, in: Vollbrecht, Ralf/Dallmann, Christine (Hrsg.): Medienwelten – Zeitschrift für Medienpädagogik 2013 (2), S. 1–237 [Onlinedokument: medienwelten.mp.ew.tu-dresden.de/, aufgerufen am 18. März 2017]
- Biermann, Ralf (2014): Medienbiografie, in: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien, Wiesbaden: Springer VS, S. 125–136

- Bilandzic, Helena (2005): Lautes Denken, in: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hrsg.): Qualitative Medienforschung – Ein Handbuch, Konstanz: UVK, S. 362–370
- Bude, Heinz (1985): Der Sozialforscher als Narrationsanimateur. Kritische Anmerkungen zu einer erzähltheoretischen Fundierung der interpretativen Sozialforschung, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 37 (2), S. 327–336
- Deinet, Ulrich/Krisch, Richard (2009): Subjektive Landkarten, in: sozialraum.de 2009 (1) [Onlinedokument: sozialraum.de/subjektive-landkarten.php, aufgerufen am 18. März 2017]
- Fuhs, Burkhard (2010): Medientagebuch – chronografische Methode, in: Tillmann, Angela/Fleischer, Sandra/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien, Wiesbaden: Springer VS, S. 259–271
- Ganguin, Sonja (2008): Biographische Medienforschung, in: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik, Wiesbaden: Springer VS, S. 335–340
- Hartung, Anja (2010): Biographischer Ansatz, in: Vollbrecht, Ralf/Wegener, Claudia (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation, Wiesbaden: Springer VS, S. 92–105
- Hartung, Anja/Reißmann, Wolfgang/Schorb, Bernd (2009): Musik und Gefühl. Eine Untersuchung zur gefühlsbezogenen Aneignung von Musik im Kindes- und Jugendalter unter besonderer Berücksichtigung des Hörfunks, Schriftenreihe der SLM (Band 17), Berlin: Vistas
- Helfferich, Cornelia (2005): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews, Wiesbaden: Springer VS
- Hüther, Jürgen/Podehl, Bernd (2005): Geschichte der Medienpädagogik, in: Hüther, Jürgen/Schorb, Bernd (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik, München: kopaed, S. 116–127
- Hurrelmann, Klaus (2002): Einführung in die Sozialisationstheorie, Weinheim: Beltz
- Joy, Melanie (2013): Warum wir Hunde lieben, Schweine essen und Kühe anziehen. Karnismus – eine Einführung, Münster: compassion media
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung – Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS

- Mitgusch, Konstantin (2012): Transformative Experiences in Video Games. Playographies, Prezi-Präsentation [Onlinedokument: prezi.com/tpem8wzkxl16/playographies, aufgerufen am 18. März 2017]
- Przyborski, Aglaja/Wohlrab-Sahr, Monika (2010): Qualitative Sozialforschung – Ein Arbeitsbuch, München: Oldenbourg
- Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf (1989): Biographische Medienforschung, in: BIOS – Zeitschrift für Biographieforschung und Oral History, 2 (1), S. 15–30
- Schäffer, Burkhard (2003): Generationen – Medien – Bildung. Medienpraxiskulturen im Generationenvergleich, Opladen: Leske+Budrich
- Schorb, Bernd (1995): Medienalltag und Handeln. Medienpädagogik in Geschichte, Forschung und Praxis, Opladen: Leske+Budrich
- Schorb, Bernd/Jünger, Nadine/Rakebrand, Thomas (2013): Die Aneignung konvergenter Medienwelten durch Jugendliche. Das Medienkonvergenz Monitoring, Berlin: Vistas
- Schorb, Bernd/Theunert, Helga (2000): Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung, in: Paus-Haase, Ingrid/Schorb, Bernd (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden. Ein Arbeitsbuch, München: kopaed, S. 33–57
- Schütze, Fritz (1983): Biographieforschung und narratives Interview, in: Neue Praxis 13 (3), S. 283–293
- Schütze, Fritz (2002): Das Konzept der sozialen Welt im symbolischen Interaktionismus und die Wissensorganisation in modernen Komplexgesellschaften, in: Keim, Inken/Schütte, Wilfried (Hrsg.): Soziale Welten und kommunikative Stile. Festschrift für Werner Kallmeyer zum 60. Geburtstag, Tübingen: Narr, S. 57–83
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd (2010): Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft, in: Hartmann, Maren/Hepp, Andreas (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt, Wiesbaden: Springer VS, S. 243–254
- Vollbrecht, Ralf (1993): Lebensläufe und sozialer Wandel. Das Krisenkonzept der Erfahrung als Grundlage medienbiografischer Reflexion, in: Thier, Michaela/Lauffer, Jürgen (Hrsg.): Medienbiografien im vereinten Deutschland, Bielefeld: GMK, S. 10–28

(Methoden-)Literatur zum Weiterlesen

- Baacke, Dieter/Schulze, Theodor (1993): *Aus Geschichten Lernen. Zur Einübung pädagogischen Verstehens*, Weinheim/München: Juventa
- Glinka, Hans-Jürgen (2003): *Das narrative Interview. Eine Einführung für Sozialpädagogen*, Weinheim/München: Juventa
- Griese, Birgit/Griesehop, Hedwig R. (2007): *Biografische Fallarbeit – Theorie, Methode und Praxisrelevanz*, Wiesbaden: Springer VS
- Küsters, Ivonne (2009): *Narrative Interviews – Grundlagen und Anwendungen*, Wiesbaden: Springer VS
- Lucius-Hoene, Gabriele (2010): *Narrative Identitätsarbeit im Interview*, in: Griese, Birgit (Hrsg.): *Subjekt – Identität – Person? Reflexionen zur Biografieforschung*, Wiesbaden: Springer VS, S. 149–170
- Lucius-Hoene, Gabriele/Deppermann, Arnulf (2004): *Rekonstruktion narrativer Identität. Ein Arbeitsbuch zur Analyse narrativer Interviews*, Wiesbaden: Springer VS
- Rosenthal, Gabriele (2011): *Interpretative Sozialforschung – Eine Einführung*, Weinheim/München: Juventa
- Schütze, Fritz (1984): *Kognitive Figuren des autobiographischen Stegreiferzählens*, in: Kohli, Martin/Robert, Günther (Hrsg.): *Biographie und Soziale Wirklichkeit: neue Beiträge und Forschungsperspektiven*, Stuttgart: Metzler, S. 78–117

Lizenz

Dieser Beitrag steht mit dem Einverständnis des Verlags unter folgender Creative Commons Lizenz: CC BY-NC-SA 4.0 ([creativecommons.org](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)) und darf unter den Bedingungen dieser freien Lizenz genutzt werden.